

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ESCUELA DE POSGRADO



**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN
CON MENCIÓN EN RECURSOS HUMANOS**

**Comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un
restaurante en Chiclayo - 2022**

Área de investigación

Relaciones Humanas Laborales

Autora:

Inga Barboza, Gina Maria

Jurado Evaluador:

Presidente: Miranda Robles, Juan Carlos

Secretario: Fiestas Dejo, Iris Paola

Vocal: Marquez Yauri, Heyner Yuliano

Asesora:

Herbias Figueroa, Margot Isabel

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1546-7223>

TRUJILLO - PERÚ

2024

Fecha de Sustentación: 2024/10/11

Comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo - 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net	6%
2	repositorio.upao.edu.pe	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe	1%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%

Myangil Kumbica

Declaración de originalidad

Yo, *Herbias Figueroa Margot Isabel*, docente de Postgrado de Ciencias Económicas, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada “*Comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo - 2022.*”, autor *Gina Maria Inga Barboza*, dejo constancia de lo siguiente:

- *El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 8.%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el (07, de septiembre del 2024).*
- *He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.*
- *Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.*

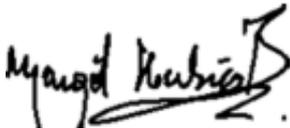
Lugar y fecha: Trujillo, 7 de septiembre del 2024.

Apellidos y nombres del asesor: Herbias Figueroa Margot Isabel

DNI: 17882388

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1546-7223>

FIRMA:



Apellidos y nombres del autor: Inga Barboza Gina Maria

DNI: 77043749

FIRMA:



DEDICATORIA

A Dios, que me da fuerzas para superar las dificultades. A mi familia, quienes confían en mis metas y me enseñan hacer resiliente ante toda circunstancia.

AGRADECIMIENTO

A mi familia por su cariño y soporte constante; y a la Mag. Margot por sus enseñanzas, orientaciones y sobre todo por su incesante colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN

El propósito del estudio fue determinar cómo se relacionan la comunicación interna y el compromiso organizacional entre los colaboradores de un restaurante. Planteándose una investigación desde el enfoque cuantitativo, el diseño es no experimental, nivel correlacional, tipo básica. La población está integrada por los colaboradores de un restaurante en Chiclayo, que ascienden a un total de 40 personas, evaluándose en esta investigación a la totalidad, a través de una muestra censal. Se usó la encuesta como técnica de recopilación de datos, cuyo instrumento fue el cuestionario de cada variable de Calero y Quito (2020) adaptado por la autora con adecuados índices de validez y confiabilidad. Se determinó una relación directa y muy significativa entre las variables evaluadas ($\rho=,729$; $p<0,01$). Así también se halló relación directa entre comunicación interna con compromiso afectivo ($\rho=,730$; $p<0,01$), compromiso continuo ($\rho =,653$; $p<0,01$) y compromiso normativo ($\rho =,649$; $p<0,01$). Se llega a la conclusión que, a mayor comunicación interna, mayor compromiso organizacional, por tanto, es imprescindible fomentar una adecuada comunicación interna para el éxito de una organización.

Palabras clave: compromiso organizacional, comunicación interna, colaboradores, comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the relationship between internal communication and organizational commitment in the collaborators of a restaurant. The research is based on a quantitative approach, the design is non-experimental, correlational, basic type. The population is made up of the workers of a restaurant in Chiclayo, amounting to a total of 40 people, all of whom were evaluated in this research through a census sample. The survey was used as a data collection technique, whose instrument was the questionnaire of each variable of Calero and Quito (2020) adapted by the author with adequate validity and reliability indexes. A direct and highly significant relationship was determined between the variables evaluated ($\rho=.729$; $p<0.01$). A direct relationship was also found between internal communication with affective commitment ($\rho=.730$; $p<0.01$), continuous commitment ($\rho=.653$; $p<0.01$) and normative commitment ($\rho=.649$; $p<0.01$). It is concluded that the greater the internal communication, the greater the organizational commitment, therefore, it is essential to promote adequate internal communication for the success of an organization.

Keywords: organizational commitment, internal communication, collaborators, upward communication, downward communication, horizontal communication

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	2
2.1 Planteamiento del problema	2
2.2 Justificación.....	13
2.3 Objetivos	15
III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	16
3.1 Diseño del estudio	16
3.2 Población.....	17
3.3 Muestra, muestreo	17
3.4 Operacionalización de Variables.....	18
3.5 Procedimiento y Técnicas	19
3.6 Plan de análisis de datos.....	21
3.7 Consideraciones éticas	21
IV. RESULTADOS.....	22
4.1 Resultados descriptivos	22
4.2 Resultados inferenciales	29
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES.....	38
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
IX. ANEXOS	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Colaboradores de un restaurante – Chiclayo (agosto 2022)	17
Tabla 2. Operacionalización de las variables	18
Tabla 3. V de Aiken para el instrumento: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional	20
Tabla 4. Frecuencia de los colaboradores según edad y sexo	22
Tabla 5. Análisis por ítem de la Variable Comunicación interna	23
Tabla 6. Análisis por ítem de la Variable Compromiso organizacional	25
Tabla 7. Nivel de Comunicación Interna y sus dimensiones en colaboradores de un restaurante en Chiclayo, 2022.....	26
Tabla 8. Nivel de Compromiso organizacional y sus dimensiones en colaboradores de un restaurante en Chiclayo, 2022.....	28
Tabla 9. Relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.....	29
Tabla 10. Relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.....	30
Tabla 11. Relación entre comunicación interna y compromiso continuo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.....	31
Tabla 12. Relación entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.....	32

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente el comportamiento organizacional aún es foco de interés por parte del ámbito científico, porque está vigente la intención de análisis y comprensión de la conducta estructural, grupal e individual de una organización; porque al mejorarlo, esto aseguraría una cultura organizacional favorable y un clima laboral adecuado. Por esta razón, los investigadores realizan un análisis de la conducta del colaborador, para poder predecir o anteceder las circunstancias que ayudan que se adopten conductas correctas a nivel laboral. En esa misma línea, se conecta al compromiso organizacional con la comunicación, entendido como el proceso en el cual interactúan las personas, en los diferentes ámbitos o áreas de contexto social, tecnológico, educativo, empresarial, entre otros; teniendo un colosal rol para que las organizaciones y sistemas funcionen efectivamente.

Según lo mencionado, se estructuran acápites en el siguiente orden: primero se muestra el capítulo I, en el cual se hace una breve introducción del tema; luego el capítulo II, que revela la realidad problemática del estudio, antecedentes, marco teórico, objetivos y justificación; prosigue el capítulo III, en el cual se describe la metodología de la investigación; luego se presenta el capítulo IV, en el cual se exponen los resultados en tablas descriptivos e inferenciales; después se presentan los tres últimos capítulos, en los cuales se discuten los resultados, se arriban a conclusiones y se plantean recomendaciones.

II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Planteamiento del problema

Una de las principales debilidades de la comunicación interna en las organizaciones, es la creencia de que la difusión constante de informes y correos electrónicos resulta una comunicación interna efectiva, siendo obsoletos estos métodos para la nueva forma de trabajar (Merzthal, 2021).

A nivel mundial, el tema de la cooperación interna sigue siendo una importante arma de respaldo que incluso la mayor parte de las empresas intentan manejar, para seguir lo que los competidores están haciendo, imitando o replicando, incluso debido a la afanosa demanda de los colaboradores. Las empresas líderes consideran que la comunicación engloba diversas actividades encaminadas al éxito de la organización, así como al desarrollo de intereses económicos y de los propios socios, por lo que la comunicación interna cumple un rol sustancial en la gestión de las empresas (Álvarez, 2007).

A nivel nacional, la comunicación interna se ha transformado en un componente de apoyo a la estrategia de la organización, ya que todos los participantes de la empresa deben conocer las metas y objetivos, las tareas que cumplen cada área de la empresa, los recursos a emplear para lograr las metas; esto permite fortalecer la identidad propia y comprometida puede transmitir valores compartidos por los colaboradores (Atoche y Pequeño, 2021).

El Comercio (2018) menciona que, en el Perú, si los colaboradores comparten una conversación, ya sea por un tema de trabajo o no, esto se traduce en una buena señal de que hay una favorable relación entre ellos, lo que significa que

no puede haber problemas en la organización por malentendidos o malinterpretar lo que no se ha dicho.

Actualmente, la comunicación interna en el restaurante se maneja principalmente a través de reuniones breves (minimeetings) en el turno de la mañana, correos electrónicos y ocasionales avisos verbales. Sin embargo, estos métodos han demostrado ser insuficientes. Los colaboradores en el turno de la tarde a menudo no reciben información sustancial a tiempo, lo que genera malentendidos y confusión sobre las tareas y las expectativas. Dichos hechos son por la falta de un sistema de comunicación unificado y eficaz que abarque todos los turnos y por una falta de capacitación en comunicación efectiva.

Por otro lado, el compromiso organizacional entre los colaboradores no se percibe en un buen estado. Muchos no están al tanto de los objetivos y la misión del restaurante, lo que afecta su sentido de pertenencia y motivación. La falta de reconocimiento y la insuficiente retroalimentación también contribuyen a esta situación. La consecuencia directa es la falta de iniciativa y proactividad, especialmente cuando surgen situaciones imprevistas. Si estos problemas persisten, el restaurante enfrentará una reducción en la calidad del servicio, incremento en la rotación de personal y potencial pérdida de clientes debido a la insatisfacción generalizada.

Ante la realidad problemática descrita, se planteó la siguiente pregunta
¿Cuál es la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo - 2022?

Se propuso la siguiente hipótesis: “Existe relación positiva entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022”.

Se realizaron distintos estudios con respecto a estas variables; por ejemplo, en el plano internacional, en Ecuador, Pazmay y Cadena (2021) en su estudio titulado: “Vinculación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en una cooperativa de transporte público en Ambato”, se propuso establecer la relación entre las variables en colaboradores de una asociación de transporte estatal, desarrollando un estudio correlacional en 78 colaboradores, mediante la aplicación de dos test psicológicos. Se halló que existió correlación significativa entre ambas variables, y que predominaba el nivel alto en ambas.

Como principal aporte, se rescata la vinculación reveladora entre compromiso organizacional y comunicación interna, y que, al generarse una tendencia positiva de comunicación interna tanto entre colaboradores, y entre jefes y subalternos, dentro de la empresa; los colaboradores, manifestaban a su vez compromiso en las normas, objetivos de la empresa y manifestaban su disposición a largo plazo.

En Portugal, Duarte y Silva (2023), en su estudio titulado: “Satisfacción con la comunicación interna e intención de rotación de los colaboradores del sector hotelero”, investigaron la rotación del personal hotelero y su relación con su satisfacción laboral y las percepciones positivas de la comunicación interna y el apoyo organizacional. Se utilizó un enfoque cuantitativo y se centró en un diseño correlacional con mediación secuencial. Se analizaron datos de 12 hoteles, que incluyeron a 370 colaboradores. Los resultados indican una relación inversa de la

intención de rotación con la comunicación interna ($Rho = -0.44$), apoyo organizacional ($Rho = -0.45$) y satisfacción laboral ($Rho = -0.58$). Se concluye una relación significativa pero negativa entre la satisfacción de la comunicación interna y su intención de rotación, las cuales están conectadas tanto directa como indirectamente a través del apoyo organizacional y satisfacción laboral.

Como aporte, se destaca la relación directa de la satisfacción laboral con la comunicación interna; y la relación inversa de estas dos con la intención de rotación, el cual puede ser considerado un indicador inverso del compromiso organizacional, esto quiere decir que a mayor satisfacción laboral y de la comunicación interna existe una menor intención de rotación, lo cual es indicativo de un mayor compromiso en los colaboradores del sector hotelero.

En Austria, Stranzl et al. (2024) se realizó un estudio: “Mantenerse conectado emocionalmente mientras se está físicamente separado”, con el objetivo de examinar los recursos relacionados con el trabajo que contribuyen al compromiso organizacional de los telecolaboradores y determinar cómo los profesionales de la comunicación interna pueden abordarlos estratégicamente. Utilizando un enfoque cualitativo, se recogieron datos a través de entrevistas semiestructuradas a 50 telecolaboradores de distintas empresas de Austria y Alemania. Los datos de las entrevistas dieron como resultado ocho recursos relacionados con el trabajo que contribuyen al compromiso organizacional y una diferenciación entre formas informativas y relacionales de comunicación interna para abordar los recursos esperados. En conclusión, la comunicación interna es uno de los recursos que contribuyen al compromiso organizacional y se destacan formas particulares de abordar estratégicamente estos recursos a través de la comunicación

interna, apuntando directamente a roles específicos de los profesionales de la comunicación.

Como aporte de este estudio, se evidencia que una comunicación interna positiva es primordial para conservar elevados niveles de compromiso organizacional entre telecolaboradores que, a pesar de estar lejos de su sede, quieren entender las acciones y decisiones de su organización. Este hallazgo respalda la importancia de optimizar la comunicación interna en entornos remotos para fortificar el compromiso del personal.

En el plano nacional, Huamán y Lara (2021) en su estudio “Comunicación interna y compromiso organizacional entre los colaboradores de una empresa de producción en Lima Metropolitana”, estableció como finalidad analizar la correlación entre las variables de estudio, su enfoque metodológico fue de tipo básica, no experimental y de carácter transversal. La técnica que utilizó fue de dos cuestionarios con las escalas de comunicación y compromiso organizacionales, el ejemplar participó 170 colaboradores. Los resultados arrojados indican que el 100% de colaboradores tienen un compromiso organizacional en nivel promedio y un 60% presentan un grado alto de comunicación interna.

Se concluyó que coexiste correspondencia elevada y notoria entre las variables, lo cual enseña que la presencia de un alto nivel de comunicación interna (responsabilidad, identidad, aportes al logro de objetivos) crea una participación organizativa agradable por parte de los colaboradores de la organización. La publicación es relevante porque aporta al estudio demostrando que la comunicación interna y el compromiso organizacional, aportan en el éxito de la empresa.

En Tarapoto, Saldaña et al. (2023) en su estudio llamado: “Comunicación interna y el compromiso organizacional en una empresa de bienes de consumo peruano” se propusieron identificar la conexión entre la comunicación interna y el compromiso organizacional. Este estudio, de enfoque cuantitativo, básico, descriptivo-correlacional y con diseño no experimental de corte transversal, incluyó una encuesta aplicada a 135 colaboradores. Además, se emplearon cuestionarios específicos para cada variable. Al término del procesamiento de datos se tuvo un p -valor= 0.000, lo que significa que existe una relación significativa; así mismo un Rho Spearman= 0.586, que demuestra una relación positiva entre las variables. Finalmente, concluyeron que se existe una buena comunicación existirá un impacto directo sobre el compromiso organizacional del personal de la compañía.

Como aporte, en este estudio se da la confirmación de la relación general y significativa entre las variables de estudio.

Por otra parte, Paz et al. (2020) realizaron su estudio nombrado: “Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción en el trabajo entre los colaboradores de una asociación educativa”, con el objetivo de identificar la correlación entre las variables abordadas. Mediante un estudio correlacional, se aplicaron cuestionarios para evaluar 125 colaboradores de cinco instituciones educativas adventistas de Nororiente de Lima. Dentro de sus hallazgos, se encontró que el compromiso continuo estaba relacionado con la comunicación interna ($r=0.753$).

Este estudio confirma nuevamente la relación de una de las dimensiones estudiadas con la comunicación interna, pero también revela que no hay correlación entre el compromiso afectivo y de continuación con la comunicación interna.

Continuando con los antecedentes locales, según Gálvez y Julca (2022) en su investigación “Clima laboral y compromiso organizacional en la municipalidad distrital de la Victoria, Chiclayo 2020” el objetivo fue conocer la relación entre las variables, se planteó un enfoque cuantitativo, correlacional, donde se utilizaron la SPC y el cuestionario de Meyer y Allen, aplicándose a una muestra de 53 servidores. El resultado muestra que el ambiente laboral y el compromiso tienen una relación alta con 0.713 y un nivel de significancia de 0.001, concluyendo que, al actuar de manera positiva se logró mejorar el clima de la entidad, aumentando el compromiso de los colaboradores.

El aporte, es que el estudio evalúa el compromiso y su relación con el clima laboral, de esta última variable la comunicación forma parte en sus dimensiones, por lo que se vincula con la investigación actual.

Barrios (2022) realizó el estudio “El compromiso organizacional y la comunicación interna en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C., ubicada en Chiclayo, Perú”, con el fin de analizar si las variables mencionadas en el título se relacionan, el estudio fue no experimental, transeccional, de tipo correlacional, evaluó a 14 colaboradores con un cuestionario que medía ambas variables. Identificó en resultados ambas variables se relacionaban de modo significativa ($p < .05$) y directa ($Rho = 0.964$). Concluyendo que cuando la comunicación interna es adecuada, facilita un compromiso e interacción por parte del personal porque estos están informados de las dificultades o necesidades que tiene la empresa.

El aporte de la investigación se conecta con el principal objetivo del presente estudio, donde se busca medir la relación de las variables de estudio.

Por último, Amílcar (2022) en su investigación “La comunicación interna corporativa y el compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC – Pacora 2022”, buscó demostrar la vinculación entre ambas variables. El enfoque fue cuantitativo, tipo descriptiva y nivel correlacional. La muestra fue 25 colaboradores que participaron en el desarrollo de dos cuestionarios válidos y confiables. Se encontró una relación directa y positiva con un coeficiente de 0.516 entre la comunicación y el compromiso. Se puede concluir que mientras más comunicación interna exista en la organización, mayor será el compromiso organizacional de los socios.

Como aporte, se resalta que la comunicación está asociada positiva y significativamente con el compromiso organizacional en el personal de la empresa.

En cuanto a la variable uno “comunicación interna”, según Pacheco y Álvarez (2022) menciona cuatro teorías que la fundamentan, estas son: la teoría clásica, la teoría humanista, la teoría sistémica y la teoría contingente. *La teoría clásica*, considera que el desarrollo de la comunicación se muestra de modo informal, frecuente de manera oral y escritos con un flujo descendente, y su uso está regulado por las normas básicas y por el contenido, siendo utilizada únicamente para presentar una necesidad o comunicar una decisión sin tomar en cuenta al colaborador. Por otra parte, *la teoría humanista*, explica que existe una comunicación informal y formal, con mensajes verbales y escritos con flujo ascendente, horizontal y descendente, por lo cual presenta tomas de decisiones más complicadas, no enfatiza aspectos externos, sino que contiene en gran medida las necesidades internas del colaborador. Por su lado, *la teoría sistémica*, la cual se defiende que la comunicación se da tanto informal como formal para reconocer la

estructura específica de la empresa, diferenciando las jerarquías, por medio de dos formas: vertical y horizontal; interactuando desde lo externo y lo interno, en otras palabras, existe afluencia de información que asegura una homeostasis comunicativa. Por último, *la teoría contingente*, contiene los inicios de las teorías ya mencionadas anteriormente, iniciando criterios de desarrollo y gestión organizacional, posicionando a la comunicación como un pilar de mejora para el triunfo de una compañía.

Definiendo la comunicación interna, Timuroğlu et al. (2017) relatan que la comunicación dentro de la organización implica no solo una persona a comunicar, sino también al intercambio de datos e información, sentimiento, impresiones, entendimientos y asociaciones, permitiéndoles la conexión como un proceso de conectar diferentes canales, de manera trascendente se convierte en un mensaje. Así mismo, González (2017) indica que es un instrumento fundamental para involucrar a los colaboradores en los objetivos de la empresa. Por otro lado, Salinas (2016) menciona que es un proceso social humano en el que la persona se desarrolla, crea y mantienen una conciencia grupal.

De igual manera, Shindryaeva et al. (2018) sostienen que la comunicación se ha transformado en el foco de interés de académicos y profesionales de todas las áreas de gestión, gracias a su gran potencia cuando se integra a cualquier organización. La comunicación es primordial para el éxito de cualquier negocio.

A continuación, se presenta las tres dimensiones de comunicación interna, según Urcola y Urcola (2015) la comunicación positiva, es empleada por los supervisores o niveles superiores para dar a conocer las funciones, las prioridades y las directrices a los colaboradores para que llegue a la persona. Esta dimensión

incluye indicadores como la definición de metas y estrategias, instrucciones de trabajo, prácticas y procedimientos, retroalimentación del desempeño y características organizacionales.

Como segunda dimensión la comunicación ascendente es aquella que aporta ideas y comparte información, deseos, sugerencias, aspiraciones y quejas que los colaboradores envían hacia los niveles superiores de la organización. Este flujo ascendente permite que las solicitudes y comentarios de los mandos operativos sean considerados por los altos mandos. Los indicadores para esta dimensión incluyen excepciones y problemas, recomendaciones para mejoras y estudios sobre desempeño. Finalmente, la comunicación horizontal es lo que sucede entre personas del mismo nivel jerárquico y está destinada a fomentar relaciones de colaboración, evitar conflictos, mejorar la competitividad y suscitar un clima de trabajo efectivo. Los indicadores que se consideran logran resolver problemas y coordinación en las áreas (Urcola y Urcola, 2015).

En relación a las bases teóricas de la segunda variable “compromiso organizacional”, podemos indicar al enfoque de Meyer y Allen, citado por Soto et al. (2021) refieren que es un estado psicológico que relaciona al personal y la empresa, el cual establece la elección de su retiro o permanencia dentro de la empresa, donde idean un modelo tridimensional el cual comprende compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso continuo.

Con respecto a la definición de compromiso organizacional, para García et al. (2017) manifiesta que es un vinculado de cualidades propias que se reflejan en el trabajo de un colaborador y su atrevimiento de crear sucesos buenos para alcanzar las metas organizacionales.

Por otro lado, Newstrom (2011) indica que el compromiso con una empresa o la lealtad de los colaboradores es “el grado en que se identifican con la empresa y quieren seguir permaneciendo a ella” (p.221).

Cutipa (2015) comenta que, al momento de evaluar la idoneidad del personal o capital humano de manera justa, es decir, tienen fines de bien común, por eso, las utilidades son iguales entre la organización y el personal.

En base a las dimensiones, Zimmerman y Uribe (2018) destacan el compromiso afectivo, que se manifiesta cuando el personal se identifica con las particularidades de la empresa, comparte sus objetivos y misión, y siente satisfacción al cumplir sus propias expectativas. Según Brown (2019) menciona que el compromiso afectivo se caracteriza por relaciones psicológicas y emocionales intensas entre el colaborador y la empresa, recalcando el deseo de persistir en ella. Este tipo de compromiso se manifiesta en un interés sostenido y una dedicación a las metas establecidas. Los indicadores que incluye esta dimensión es aceptar el cambio, el espíritu cooperativo, iniciativa y la aportación a los objetivos.

En relación con el compromiso normativo, Zimmerman y Uribe (2018) determinan que este se manifiesta en la fidelidad y correspondencia hacia la empresa, resultando en un sentido de responsabilidad y honestidad acumulado a lo largo del tiempo de servicio. Brown (2019) también subraya que el compromiso normativo refleja el deber de un colaborador hacia la empresa, especialmente cuando se siente respaldado por sus superiores en términos de inversión de recursos y desarrollo personal. Este tipo de compromiso genera un deber moral de pertenencia a la organización, incrementando la lealtad y la moral de los

colaboradores. Los indicadores incluyen contribuir a la misión, ayudar al desarrollo de terceros individuos y la responsabilidad.

Con respecto a la última dimensión el compromiso continuo, Zimmerman y Uribe (2018) lo definen como la relación del colaborador con la empresa basada en los beneficios financieros que obtiene, lo que puede llevar a los colaboradores a realizar sus tareas con menor motivación y a no alinearse completamente con los objetivos de la organización. Por otro lado, Brown (2019) señala que este compromiso se caracteriza por la fidelidad y estabilidad en el trabajo, motivada por el costo que implicaría dejar la empresa, relacionado con el pago de salarios y prestaciones, lo que afecta directamente la permanencia del colaborador. Los indicadores del compromiso continuo son la actitud y la necesidad.

2.2 Justificación

La investigación tuvo una justificación práctica porque diagnosticó el nivel de comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante, siendo un punto de partida para que la gerencia coordine las acciones necesarias para superar las problemáticas encontradas. De esta manera, presentó el justificante para poder accionar un conjunto de estrategias, programas, capacitaciones, reuniones semanales sobre temas de comunicación interna y compromiso organizacional, como la aplicación de talleres para las distintas áreas como producción, servicio y administrativos, así como la difusión de materiales comunicacionales para sensibilizar la inclusión del compromiso en la gestión del restaurante.

Por otra parte, presentó una justificación teórica, al profundizarse los conocimientos de la comunicación interna y compromiso organizacional,

permitiendo aportar a los modelos teóricos que explican ambas variables, como la teoría sistémica de la comunicación interna en la compañía, y el enfoque teórico de Zimmerman y Uribe para compromiso organizacional, al hallarse vinculación entre las variables de interés.

Asimismo, presentó una justificación social porque los colaboradores se sintieron escuchados y tomados en cuenta al participar en este estudio. Por otro lado, sirvió como aporte académico, siendo útil para un nuevo foco de investigación por otros autores. De igual forma, fueron beneficiarios en el proceso de la exploración: el restaurante donde se investigó, los colaboradores, clientes y la comunidad.

Metodológicamente, la justificación se basó en la adaptación de un cuestionario para evaluar el compromiso organizacional y la comunicación interna en un restaurante de Chiclayo, asegurando la confiabilidad y validez para su uso en otras cadenas de restaurantes. Así mismo los resultados se justifican usando la prueba de correlación Spearman, análisis estadístico que proporcionó una medida clara de la fuerza, consolidando la validez y aplicabilidad de los hallazgos plasmados.

En esa misma línea, es crucial que tanto la comunidad como las organizaciones comprendan los diversos aspectos de la comunicación para una gestión efectiva. Por lo tanto, para gestionar la comunicación en beneficio de las empresas, es necesario emplear técnicas claras y estrategias concisas, así como contextualizar la importancia de la comunicación dentro de una empresa, explicando cada uno de sus elementos y problemas para mejorar las relaciones saludables.

2.3 Objetivos

Objetivos General

Determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.

Objetivos Específicos

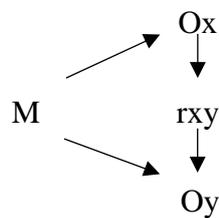
- a) Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.
- b) Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso continuo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.
- c) Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1 Diseño del estudio

El enfoque adoptado fue cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de nivel correlacional, tratándose de una investigación básica. Según Bernal (2016) el estudio correlacional tenía como objetivo analizar la relación entre variables.

Dado el diseño de contrastación, se describió la realidad de las variables estudiadas sin manipulación, limitándose a la descripción y observación del fenómeno, y comparando la relación entre variables. El esquema del estudio fue:



En el que:

M: muestra

Ox: Variable comunicación interna

rxy: Relación

Oy: Variable compromiso organizacional

Para la aceptación de la hipótesis de relación de las variables se tomó en cuenta un valor de la significancia menor 0.05 y un valor del coeficiente Rho superior a 0.25 (Hernández et al., 2014).

3.2 Población

Se concibió como un conjunto de individuos con características similares en función de su enfoque de problemas, tiempo y lugar (Hernández et al., 2014).

En este caso, la población consistió en todos los colaboradores que laboraban en la empresa, conforme a la planilla del año 2022, como se especificó a continuación:

Tabla 1

Colaboradores de un restaurante – Chiclayo (agosto 2022)

Cargo	Cantidad de colaboradores	Porcentaje
Jefe de Tienda	1	2.5%
Administrador Junior	1	2.5%
Encargado de Almacén	1	2.5%
Encargado de RRHH	1	2.5%
Mozos	3	7.5%
Azafatas	12	30%
Anfitrionas	4	10%
Cajeras	2	5%
Producción	14	35%
Mantenimiento	1	2.5%
Total	40	100%

3.3 Muestra, muestreo

Hernández et al. (2014) describieron la muestra como parte de un grupo que se analiza con dos tipos de muestras: probabilística y no probabilística.

En el presente informe, se empleó una muestra censal de 40 colaboradores de un restaurante en Chiclayo.

3.4 Operacionalización de Variables

Tabla 2

Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de valorización
Variable 1: Comunicación interna	Berceruelo (2011) señala que “es aquella que se refiere al flujo enredado de recados que se generan, representan y transitan en toda dirección dentro de una empresa” (p.29).	Categoría diagnóstica resultante de la Escala de comunicación interna de Calero y Quito (2020) adaptada por la autora, que mide 3 dimensiones (descendente, ascendente y horizontal) mediante 9 ítems con respuesta en escala de Likert.	Descendente	Definición de objetivos y estrategias. Instrucciones para el trabajo Prácticas y procedimientos Retroalimentación sobre el desempeño Identidad institucional	Escala de Likert 1= Nunca 2=Casi 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
			Ascendente	Problemas y excepciones Sugerencias para mejorar Informes sobre desempeño	
			Horizontal	Solución de problemas en áreas Coordinación de áreas	
Variable 2: Compromiso organizacional	Para Coronado et al. (2020), sostiene que el compromiso comienza con un esfuerzo para ayudar a alcanzar las metas organizacionales. Los enfoques para apoyar el compromiso organizacional es el enfoque unidimensional.	Definición operacional: Categoría diagnóstica resultante de la Escala de compromiso organizacional de Calero y Quito (2020) adecuada por la autora, que mide 3 dimensiones (efectivo, normativo y continuación) mediante 9 ítems con respuesta en escala de Likert.	Compromiso afectivo	Aceptación del cambio Iniciativa Espíritu cooperativo Contribución a los objetivos	
			Compromiso normativo	Contribución a la misión Ayuda al desarrollo de otras personas Responsabilidad	
			Compromiso continuo	Actitud Necesidad	

3.5 Procedimiento y Técnicas

En primer lugar, se recopiló información básica de la población, incluyendo el número de colaboradores en el restaurante, el área en la que trabajaban, la edad, el tiempo de servicio, entre otros datos, utilizando una matriz de recursos humanos del restaurante. Tras seleccionar la muestra de 40 colaboradores, se empleó una encuesta para medir cada variable. Antes de la aplicación de los instrumentos, se realizó una reunión por Zoom con todos los colaboradores, en la cual se explicó el objetivo del estudio y sus implicancias. No se solicitó información personal de los encuestados para respetar las normas éticas de protección de la identidad (ver Anexo 1).

El instrumento aplicado, denominado “Cuestionario de comunicación interna y compromiso organizacional en un restaurante”, constaba de 18 preguntas cerradas distribuidas en 6 dimensiones con escala de Likert (ver Anexo 2). Este instrumento, originalmente creado por Calero y Quito (2020), fue adaptado por la autora al contexto Chiclayano.

En cuanto a la confiabilidad, se obtuvo un Alfa de Cronbach general de 0,934 para los 18 ítems. Además, se encontró un 0,997 para la comunicación interna y un 0,905 para el compromiso organizacional.

Respecto a la validez del instrumento, se verificó la validez de criterio mediante el método ítem-test, ya que la correlación entre los ítems y las escalas generales superó el índice de 0,300 (ver Anexo 5). También se realizó la validación mediante juicio de expertos (ver Anexo 6). Los resultados de los expertos se evaluaron a través del coeficiente de Aiken, con categorías que iban de 1 = Nunca, 2 = Casi, 3 = A veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre. Se determinó que el

instrumento contaba con suficientes criterios de validez de contenido. La fórmula empleada fue la presentada a continuación:

$$V = \frac{S}{[n(c - 1)]}$$

Donde:

S = Sumatoria de s_i

s_i = Valor establecido por el experto i

n = N° de expertos

c = N° de valores de la escala de valoración (5 para el caso)

Tabla 3

V de Aiken para el instrumento: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional

Criterios	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S	V
Claridad	3	3	4	2	4	2	18	0.75
Objetividad	4	3	4	2	4	2	19	0.79
Actualidad	4	3	4	2	4	2	19	0.79
Organización	4	3	4	2	3	2	18	0.75
Suficiencia	3	3	4	2	4	2	18	0.75
Intencionalidad	4	3	4	2	3	2	18	0.75
Consistencia	3	3	4	2	4	2	18	0.75
Coherencia	3	3	4	2	4	2	18	0.75
Metodología	4	3	4	2	4	2	19	0.79
Total								0.76

Para probar la hipótesis, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman (Rho), que es un estadístico apropiado para evaluar la relación entre variables ordinales o cuando alguna de las variables no sigue una distribución normal (ver Anexo 4). Se estableció un nivel de significancia de $p < 0.05$ para analizar la relevancia estadística de los resultados. La hipótesis nula se aceptó o se rechazó en función de si el valor p era igual o menor a 0.05, lo que permitió determinar la significancia de la relación entre las variables.

3.6 Plan de análisis de datos

El análisis se realizó con el software estadístico SPSS versión 26, utilizando tablas para mostrar los datos recopilados, las frecuencias y porcentajes de las respuestas a cada ítem, y los niveles según los baremos (ver Anexo 3). Además, se empleó la estadística inferencial para examinar la relación entre las variables mediante la prueba de correlación de Spearman.

3.7 Consideraciones éticas

Se informó sobre la aplicación del cuestionario al administrador de un restaurante, quien brindó la autorización respectiva. Así también, se respetaron las normas éticas con respecto a la Universidad Privada de Antenor Orrego, garantizando la privacidad de los datos de los participantes, explicando los detalles del consentimiento informado, donde se respeta la voluntariedad de participar, sin ningún tipo de riesgo o perjuicio por ser participante. Por último, se verificó que el llenado del cuestionario se realice de la manera correcta, brindando un trato justo e igualitario entre todos los encuestados. Es así como se realizó la investigación de manera precisa y clara, sin alterarse los datos a la hora del llenado en la base de datos.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

La aplicación del instrumento constó de 18 preguntas, con nueve preguntas dedicadas a cada variable de estudio. Estas preguntas fueron validadas por expertos y se verificó su confiabilidad estadísticamente mediante la prueba Alfa de Cronbach, que resultó en 0,934. El perfil de la muestra se caracterizó principalmente por incluir adultos jóvenes, en su mayoría del sexo femenino.

Tabla 4

Frecuencia de los colaboradores según edad y sexo

	Rango/Categoría	f	%
Edad	20-24	10	25.0%
	25-29	22	55.0%
	30-34	6	15.0%
	35-39	2	5.0%
Sexo	Femenino	25	62.5%
	Masculino	15	37.5%
	TOTAL	40	100%

En la tabla 4 se observó el rango de edad y el sexo de los colaboradores encuestados, datos obtenidos de la muestra aplicada a los colaboradores de un restaurante en Chiclayo en 2022.

Tabla 5*Análisis por ítem de la Variable Comunicación interna*

Dimensión	Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Comunicación descendente	1.Recibe inducción diaria para cumplir las labores en el restaurante donde labora.	0	0%	3	7.5%	19	47.5%	10	25.0%	8	20.0%
	2.Los lideres establecen y publican procedimientos administrativos a cumplir por todo el personal.	0	0%	1	2.5%	12	30.0%	17	42.5%	10	25.0%
	3.Recibe orientación y apoyo ante actividades que solicita mayor esfuerzo.	0	0%	1	2.5%	15	37.5%	13	32.5%	11	27.5%
Comunicación ascendente	4. Si surgen dificultades durante una actividad de la que es responsable, debe informar a su superior inmediato.	0	0%	1	2.5%	5	12.5%	9	22.5%	25	62.5%
	5.El líder inmediato escucha y atiende las sugerencias de los colaboradores.	0	0%	2	5.0%	8	20.0%	16	40.0%	14	35.0%
	6.Cumple con notificar las quejas al líder de turno.	0	0%	2	5.0%	11	27.5%	10	25.0%	17	42.5%
Comunicación horizontal	7.Busca soluciones inmediatas y eficaces frente a los conflictos que se producen en la empresa.	0	0%	0	0%	4	10.0%	17	42.5%	19	47.5%
	8.Se comunica con otras áreas para mejorar la confianza.	0	0%	0	0%	4	10.0%	15	37.5%	21	52.5%
	9.Percibe trabajo en equipo en los colaboradores de las distintas áreas de la empresa.	0	0%	1	2.5%	9	22.5%	20	50.0%	10	25.0%

Nota. Datos conseguidos según aplicación de instrumento Cuestionario de comunicación interna y compromiso organizacional.

Se pudo observar en la tabla 5 que, en relación con la dimensión descendente, la mayoría de los colaboradores había respondido “A veces” a los ítems asociados a esta dimensión (30% - 47.5%), y ningún colaborador eligió la opción “Nunca” (0%). Por otro lado, en la comunicación ascendente, la mayoría de los colaboradores había respondido “Siempre” (62.5%) en el ítem 4; “Casi siempre” (35.5%) en el ítem 5; y “Siempre” (42.5%) en el ítem 6. Finalmente, en la comunicación horizontal, la mayoría de los colaboradores había respondido “Siempre” (47.5%) en el ítem 7; “Siempre” (52.5%) en el ítem 8; y “Casi siempre” (50%) en el ítem 9.

Tabla 6*Análisis por ítem de la Variable Compromiso organizacional*

Dimensión	Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Compromiso afectivo	10.Se adapta satisfactoriamente a los cambios que se producen en la empresa.	0	0.0%	0	0.0%	7	17.5%	16	40.0%	17	42.5%
	11.Manifiesta iniciativa de manera proactiva ante un hecho inoportuno dentro del restaurante.	0	0.0%	0	0.0%	6	15.0%	21	52.5%	13	32.5%
	12.Colabora con entusiasmo en los encargos que le asignan en la empresa.	0	0.0%	0	0.0%	7	17.5%	12	30.0%	21	52.5%
Compromiso normativo	13.Se siente comprometido con los objetivos de la empresa.	1	2.5%	1	2.5%	4	10.0%	16	40.0%	18	45.0%
	14.Coopera con el logro de la misión de la empresa.	0	0.0%	1	2.5%	4	10.0%	13	32.5%	22	55.0%
	15.Contribuye con sus colegas aportando a su desarrollo de acuerdo a su experiencia y conocimiento.	0	0.0%	1	2.5%	9	22.5%	11	27.5%	19	47.5%
Compromiso continuo	16.Cumple con responsabilidad las tareas asignadas por la empresa.	0	0.0%	0	0.0%	5	12.5%	8	20.0%	27	67.5%
	17.Demuestra actitud cooperativa y de compromiso en la empresa.	1	2.5%	0	0.0%	1	2.5%	11	27.5%	27	67.5%
	18.Permanece en la organización más tiempo cuando siente que la empresa lo necesita.	0	0.0%	0	0.0%	8	20.0%	15	37.5%	17	42.5%

Nota. Datos conseguidos según aplicación de instrumento Cuestionario de comunicación interna y compromiso organizacional.

En la tabla 6 se pudo observar que, con respecto a la variable compromiso organizacional, en la dimensión compromiso afectivo, la mayoría de los colaboradores había respondido con la categoría “siempre” (42.5%) en el ítem 10; “casi siempre” (52.5%) en el ítem 11; y con la categoría “siempre” (52.5%) en el ítem 12. Por otra parte, en la dimensión compromiso normativo, la mayoría de los colaboradores había respondido con la categoría “siempre” (45%) en el ítem 13; “siempre” (55%) en el ítem 14; y con la categoría “siempre” (47.5%) en el ítem 15. Finalmente, en la dimensión compromiso continuo, la mayoría de los colaboradores había respondido con la categoría “siempre” (67.5%) en el ítem 16; “siempre” (67.5%) en el ítem 17; y con la categoría “siempre” (42.5%) en el ítem 18.

Tabla 7

Nivel de Comunicación Interna y sus dimensiones en colaboradores de un restaurante en Chiclayo, 2022

Variable / Dimensiones	Nivel	f	%
Comunicación Interna	Baja	0	0,0%
	Media	13	32,5%
	Alta	27	67,5%
Comunicación descendente	Baja	1	2,5%
	Media	23	57,5%
	Alta	16	40,0%
Comunicación ascendente	Baja	1	2,5%
	Media	10	25,0%
	Alta	29	72,5%
Comunicación horizontal	Baja	0	0,0%
	Media	10	25,0%
	Alta	30	75,0%

Nota. Datos obtenidos de la aplicación del cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional.

En la tabla 7 se pudo observar que la mayoría de los colaboradores percibió la comunicación interna en un nivel alto (67,5%), mientras que aproximadamente un tercio la percibió en un nivel medio (33,5%). Al analizar los niveles específicos, se detectó que, en la comunicación descendente, el 57,5% de los colaboradores percibió que se encontraba en un nivel medio; en la comunicación ascendente, el 72,5% la percibió en un nivel alto; y en la comunicación horizontal, el 75% la percibió en un nivel alto. Esto mostró una tendencia favorable hacia la percepción positiva del intercambio de mensajes entre los colaboradores.

Tabla 8

Nivel de Compromiso organizacional y sus dimensiones en colaboradores de un restaurante en Chiclayo, 2022

Variable / Dimensiones	Nivel	f	%
Compromiso organizacional	Baja	0	0,0%
	Media	6	15,0%
	Alta	34	85,0%
Compromiso afectivo	Baja	0	0,0%
	Media	10	25,0%
	Alta	30	75,0%
Compromiso normativo	Baja	1	2,5%
	Media	6	15,0%
	Alta	33	82,5%
Compromiso continuo	Baja	0	0,0%
	Media	4	10,0%
	Alta	36	90,0%

Nota. Datos conseguidos de la aplicación del cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional.

En la tabla 8 se pudo observar que la mayoría de los colaboradores percibió el compromiso organizacional en un nivel alto (85,5%). Al analizar los niveles específicos, se detectó que, en la dimensión compromiso afectivo, el 75% de los colaboradores percibió que se encontraba en un nivel alto; en el compromiso normativo, el 82,5% lo percibió en un nivel alto; y en la dimensión compromiso continuo, el 90% lo percibió en un nivel alto. Esto mostró una tendencia muy favorable hacia el compromiso con la misión, los valores y la visión de la organización.

4.2 Resultados inferenciales

Tabla 9

Relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022

	<i>Compromiso afectivo</i>	
	Rho	P
Comunicación interna	,729	0.000

Nota. rho=Coefficiente de Spearman; p = grado de significancia.

La tabla 9 mostró que existió una relación positiva y muy significativa ($\rho = 0.729$; $p < 0.01$), según la prueba estadística de Spearman, entre la comunicación interna y el compromiso organizacional. Esto sugirió que una mayor interrelación efectiva entre los colaboradores del restaurante evaluado (ascendente, descendente y horizontal) se asociaba con una mayor adaptación a los cambios, un mayor compromiso con las metas y objetivos de la empresa, y un mejor cumplimiento de las tareas asignadas, y viceversa. Así, se aceptó la hipótesis planteada por la autora, confirmando que existió una relación entre las variables, y se rechazó la hipótesis nula (que no existía relación), al presentar un grado de significancia menor al 0.01.

Tabla 10

Relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022

	<i>Compromiso afectivo</i>	
	Rho	P
Comunicación interna	,730	0.000
Comunicación descendente	,547	0.000
Comunicación ascendente	,661	0.000
Comunicación horizontal	,706	0.000

Nota. rho=Coefficiente de Spearman; p = grado de significancia.

La tabla 10 mostró que existió una relación positiva y muy significativa ($\rho = 0.729$; $p < 0.01$), según Spearman, entre comunicación interna y compromiso afectivo. Esto sugirió que una mayor interrelación efectiva entre los colaboradores del restaurante evaluado (ascendente, descendente y horizontal) se asociaba con una mayor aprobación del cambio, un mayor espíritu cooperativo, así como una mayor iniciativa y contribución a los objetivos por parte del colaborador. Así, se aceptó la hipótesis planteada por la autora, confirmando que existió una relación entre la comunicación interna y el compromiso afectivo, y se rechazó la hipótesis nula (que no existía relación), al presentar un grado de significancia menor al 0.01.

Tabla 11

Relación entre comunicación interna y compromiso continuo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022

	<i>Compromiso continuo</i>	
	Rho	P
Comunicación interna	,653	0.000
Comunicación descendente	,421	0.007
Comunicación ascendente	,644	0.000
Comunicación horizontal	,655	0.000

Nota. rho=Coefficiente de Spearman; p = grado de significancia.

La tabla 11 mostró que existió una relación positiva y muy significativa ($\rho = 0.653$; $p < 0.01$), según Spearman, entre comunicación interna y compromiso continuo. Esto sugirió que una mayor interrelación efectiva entre los colaboradores del restaurante evaluado (ascendente, descendente y horizontal) se asociaba con un mayor cumplimiento de las tareas asignadas, una actitud cooperativa y una mejor organización del tiempo para mejorar la productividad por parte del colaborador. Así, se aceptó la hipótesis planteada por la autora, confirmando que existió una relación, y se rechazó la hipótesis nula (que no existía relación), al presentar un grado de significancia menor al 0.01.

Tabla 12

Relación entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022

	<i>Compromiso normativo</i>	
	Rho	P
Comunicación interna	,649	0.000
Comunicación descendente	,473	0.002
Comunicación ascendente	,541	0.000
Comunicación horizontal	,666	0.000

Nota. rho=Coefficiente de Spearman; p = grado de significancia.

La tabla 12 mostró que existió una relación directa y muy significativa ($\rho = 0.653$; $p < 0.01$), según la prueba estadística de Spearman, entre comunicación interna y compromiso normativo. Esto sugirió que una mayor interrelación efectiva entre los colaboradores del restaurante evaluado (ascendente, descendente y horizontal) se asociaba con un mayor compromiso con los objetivos de la compañía y su misión, así como con una mayor contribución a sus pares para mejorar como empresa. Así, se aceptó la hipótesis planteada por la autora, confirmando que existió una relación entre la comunicación interna y el compromiso normativo, y se rechazó la hipótesis nula (que no existía relación), al presentar un grado de significancia menor al 0.01.

V. DISCUSIÓN

Esta sección explora las implicaciones de estos hallazgos, contrastándolos con estudios previos y marco teórico, e interpretando el impacto potencial de la comunicación interna en el nivel de compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.

Los resultados revelan una relación directa y muy significativa ($\rho = 0.729$; $p < 0.01$) entre comunicación interna y compromiso organizacional, confirmando la hipótesis planteada. Este hallazgo indica que un mayor intercambio de comunicación entre jefes y colaboradores se asocia con un mayor compromiso hacia la organización, incluyendo su visión, misión y valores, así como el cumplimiento de tareas. En contraste, la falta de fluidez en la comunicación puede llevar a una menor identificación de los colaboradores con la empresa, destacando la necesidad de estrategias de comunicación efectivas para implicar a todo el personal.

Dichos resultados coinciden con los de Barrios (2022), Huamán y Lara (2021) y Amílcar (2022), estos tres investigadores reportan una relación significativa ($p < .05$) y directa de las variables, con valores para los coeficientes de correlación de 0.713, 0.844 y 0.516 respectivamente, por lo que una comunicación interna adecuada, facilita una mejor interacción y compromiso por parte del personal. Por otro lado, el estudio de Gálvez y Julca (2022) indica que el ambiente y el compromiso tienen una relación regular ($Rho = 0.713$; $p = 0,001$), entendiendo así que, con un buen ambiente laboral se presenta un mayor compromiso de los colaboradores.

Desde el punto de vista teórico, los resultados apoyan la teoría contingente de la comunicación, como la expuesta por Pacheco y Álvarez (2022) que considera la comunicación interna como un pilar primordial para el triunfo organizacional. Además, se alinean con la dirección tridimensional del compromiso organizacional presentado por Meyer y Allen (citado por Soto et al., 2021), que distinguen entre compromiso normativo, afectivo y continuo. La evidencia obtenida en este estudio revela que la comunicación interna no solo afecta el compromiso afectivo, sino también puede influir en el normativo y continuo, reforzando la idea de que una buena comunicación puede fomentar un mayor sentido de pertenencia y lealtad hacia la compañía.

Respecto al primer objetivo específico, se evidenció que existe una correlación positiva con $Rho = 0.730$, entre la variable uno y el compromiso afectivo en la muestra evaluada. Esto quiere decir que, una mejor comunicación dentro de la empresa ayuda a los colaboradores a alinearse con los objetivos y misión de la empresa, aumentando su satisfacción y sentido de importancia. Este hallazgo es consistente con lo planteado por Brown (2019) quien indica que el compromiso afectivo se centra en relaciones psicológicas y emocionales intensas entre los colaboradores y la organización. Este compromiso se manifiesta en la dedicación a las metas y en el deseo de continuar en la empresa. Asimismo, Timuroğlu et al. (2017) destacan que la comunicación interna no solo involucra la difusión de información, sino también el intercambio de sentimientos, impresiones y entendimientos, por lo que es fundamental cuidar todos los elementos de la comunicación interna en las empresas.

En respuesta al segundo objetivo específico, se demostró una correlación positiva de $Rho = 0.653$ entre la comunicación interna y el compromiso continuo en la muestra evaluada, interpretando que, a mejor comunicación ascendente, descendente y horizontal, hay un mayor esfuerzo del colaborador en cumplir sus labores con el propósito de seguir manteniendo su estabilidad financiera. Los resultados están alineados con Paz et al. (2020) quienes también hallaron esta relación, en la cual identificaron que la comunicación interna sólo guarda relación con el compromiso continuo, el cual se refiere al deseo de los colaboradores de permanecer en la organización por motivos relacionados con la estabilidad y los beneficios percibidos. Asimismo, Zimmerman y Uribe (2018) manifiestan que el compromiso continuo es la relación del colaborador con la empresa basada en los beneficios financieros que obtiene, lo que puede llevar a los colaboradores a realizar sus tareas con menor motivación y a no alinearse completamente con los objetivos de la organización.

Finalmente, en relación al tercer objetivo específico, se encontró que existe una correlación positiva con $Rho = 0.649$ entre comunicación interna y el compromiso normativo en la muestra evaluada. Esto indica que, a mejor comunicación entre colaboradores, de jefes a colaboradores, y de colaboradores a jefes, mayor muestra de lealtad y deber moral de los colaboradores para seguir perteneciendo a la empresa, denotando una labor alineada a los objetivos de la empresa. Este resultado corrobora lo que mencionan Zimmerman y Uribe (2018) que este compromiso se manifiesta en la fidelidad y correspondencia hacia la empresa, resultando en un sentido de responsabilidad y honestidad acumulado a lo largo del tiempo de servicio. En consecuencia, para fortalecer el compromiso

normativo, especialmente en empresas con contacto directo con el cliente como los restaurantes, es esencial implementar estrategias que mejoren la comunicación interna, asegurando que los colaboradores se sientan valorados y alineados con los valores y objetivos de la empresa.

A pesar de los hallazgos positivos, el estudio presenta varias limitaciones. El tamaño de la muestra, compuesto por 40 colaboradores, puede limitar la generalización de los resultados a organizaciones más grandes o diferentes contextos. Aunque el cuestionario utilizado mostró una alta validez y confiabilidad, la dependencia en cuestionarios podría haber introducido sesgos en las respuestas y restringido la profundidad de la información obtenida. Además, el diseño correlacional del estudio impide establecer causalidad, limitando la capacidad de afirmar que la comunicación interna causa directamente un aumento en el compromiso. Finalmente, al enfocarse en una sola organización, los hallazgos pueden no ser aplicables a otras empresas o sectores. Estas limitaciones subrayan la necesidad de futuras investigaciones con muestras más amplias y enfoques metodológicos variados para validar y ampliar estos resultados.

VI. CONCLUSIONES

1. La comunicación interna mostró una conexión significativa y positiva ($Rho = 0.729$; Sig. < 0.01) con el compromiso organizacional, lo que indicó que una mejora en la comunicación interna estuvo asociada con un aumento en el compromiso organizacional de los colaboradores en un restaurante en Chiclayo.
2. La comunicación interna demostró una relación positiva y significativa ($Rho = 0.730$; Sig. < 0.01) con el compromiso afectivo, sugiriendo que una mayor comunicación interna se correlacionó con un mayor compromiso afectivo entre los colaboradores.
3. Se encontró una relación significativa y positiva ($Rho = 0.653$; Sig. < 0.01) entre la comunicación interna y el compromiso continuo, lo que indicó que un incremento en la comunicación interna se asoció con un mayor compromiso continuo de los colaboradores.
4. La comunicación interna se relacionó de manera positiva y significativa ($Rho = 0.649$; Sig. < 0.01) con el compromiso normativo, lo que sugirió que una comunicación interna efectiva estaba asociada con un mayor compromiso normativo de los colaboradores.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al restaurante continuar fortaleciendo la comunicación interna con las mini meeting y capacitaciones regulares. Esto está relacionado positivamente con el compromiso organizacional, afectivo, continuo y normativo. También, se deben implementar canales abiertos para que los colaboradores puedan compartir sus ideas y preocupaciones, promoviendo un ambiente de trabajo más inclusivo.
2. Para aumentar el compromiso afectivo se recomienda desarrollar programas de integración y eventos sociales para mejorar las relaciones y el trabajo en equipo. Ofrecer oportunidades de crecimiento personal y profesional para que los colaboradores sientan que avanzan en la empresa.
3. Para mejorar el compromiso continuo, se recomienda mantener el reconocimiento y la premiación de colaboradores destacados, como el colaborador del mes, y ofrece incentivos como descuentos y bonificaciones. Premiar el esfuerzo adicional y la disposición a trabajar horas extra para aumentar el compromiso continuo de los colaboradores.
4. Se sugiere al jefe del área de Recursos Humanos planificar talleres periódicos sobre la misión, visión y valores de la empresa para mejorar la identificación con la organización. Asegurarse de integrar estos valores en las actividades diarias para reforzar la cultura empresarial y el compromiso normativo.
5. Se recomienda a futuros investigadores que les interese el tema, abordar una muestra más amplia implicando a otros restaurantes, así mismo tomar en cuenta los instrumentos que se utilizaron en esta investigación por cuanto demuestran ser válidos y confiables.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, J. (2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. *Razón y Palabra*, 12(56), 1-7. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520729023>
- Amílcar, V. (2022). *La comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC – Pacora 2022*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14351/Espinoza_CHPE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Atoche, I. y Pequeño, M. (2021). *Diseño e implementación de plan de comunicación interna de la empresa Peruintercarga*. [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. Repositorio ULIMA. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13699/Atoche_Italo-Peque%C3%B1o_Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barranzuela, S. (2018). *Aplicación de estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en los colaboradores de la Distribuidora droguería Phryma S.A.C”, Chiclayo*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36550>
- Barrios, M. G. (2022). *El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] <https://hdl.handle.net/20.500.12692/114413>
- Berceruelo, B. (2011). *Comunicación interna en la empresa*. Wolters Kluwer España.

- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Brown, O. (2019). Leader's communication style, LMX and organizational commitment: A study of employee perceptions in Peru. *Leadership & Organization Development Journal*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/LODJ-03-2018-0129/full/html>
- Calero, L. y Quito, D. (2020). *Comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de la Institución Educativa Arco Iris, Jesús María, 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36550>
- Coronado et al. (2020). Compromiso organizacional: antecedentes y consecuencias. *Conciencia tecnológica*, 1(60), 1-8. <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/html/>
- Cutipa, A. (2015). Clima y compromiso organizacional de los colaboradores de la Universidad Peruana Unión, Filial Juliaca, durante el periodo 2014-II. *Revista Valor Agregado*, 2(1), 67-80.
- Duarte, A. y Silva. V. (2023). Satisfaction with Internal Communication and Hospitality Employees' Turnover Intention: Exploring the Mediating Role of Organizational Support and Job Satisfaction. *Administrative sciences*, 13(10), 216. <https://www.mdpi.com/2076-3387/13/10/216>
- El Comercio. (2018) *Tres indicadores para tener un clima laboral óptimo*. <https://elcomercio.pe/economia/personal/tres-indicadores-clima-laboral-optimo-noticia-496008>

- Gálvez, E. y Julca, C. (2022). *Clima laboral y compromiso organizacional en la municipalidad distrital de la Victoria, Chiclayo, 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán].
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10569/Galvez%20Montenegro%20Erika%20%26%20Julca%20Monta%20Carlos.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- González, B. (2017). *La comunicación organizacional*. [Tesis de licenciatura, Universidad de la Laguna]. <https://goo.gl/5XV5ok>
- Hernández, R., Fernández, C y Batista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc. Graw Hill.
- Huamán, M. y Lara, A. (2021). *Comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción, Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/88884>
- Merzthal, J. (31 de agosto de 2021). *Conexión Esan*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/10/29/comunicacion-interna-nada-volvera-a-ser-como-antes/>
- Newstrom, J. (2011) *Comportamiento Humano en el trabajo*.
https://www.academia.edu/16146402/Comportamiento_humano_en_el_trabajo_13va_Edici%C3%B3n_-_John_W._Newstrom
- Pacheco, M. y Álvarez, E. (2022). La evolución de la comunicación organizacional y su impacto en las nuevas estructuras empresariales. *INNOVA Research Journal*, 7(3), 51-71.
https://www.researchgate.net/publication/365900709_La_evolucion_de_l

a_comunicacion_organizacional_y_su_impacto_en_las_nuevas_estructuras_empresariales

- Paz, J. E. Huamán, S. y Tarrillo, J. (2020). Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa. *Apuntes Universitarios*, 10(4), 108–125. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.495>
- Pazmay, S. y Cadena, S. (2021). *Relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en una cooperativa de transporte público de Ambato* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3344>
- Saldaña, E., Horna, R. y Troya, D. (2023). Comunicación interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano. *Economía & Negocios*, 5(1), 226-238. <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/1542>
- Salinas, A. (2016). *Comunicación interna y externa*. <http://www.elmeridianodesucre.com.co/editorial/columnistas/item/4426-comunicacion-interna-y-externa>.
- Shindryaeva, I. Berezovaya, A. Ovsyannikova, T. y Shindryaev, S. (2018) Organisational communications in the enterprise management system. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 483(81),1. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/483/1/012059/pdf>
- Soto, M., Ramos, P. y García, E. (2021). Modelo de dos dimensiones del compromiso organizacional: Aproximación teórica al modelo de Cohen.

Revista de estudios en contaduría, administración e informática, 10(29),
1-9. <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968300003/html/>

Stranzl, J., Ruppel, C. y Einwiller, S. (2024). Staying emotionally connected while being physically apart – exploring what teleworkers need to stay committed and how internal communication can contribute. *Journal of Communication Management*, 28(2), 272-293. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1107>

Timuroğlu, M., Keskinılıç, M., y Polat, M. (2017). Relationship between organizational communication and organizational burnout. *Analee Universitatii "Constantin Brancusi" Din Targu Jiu. Serie Litere Si Stiinte Sociale*, (2), 206-219. <https://search.proquest.com/docview/2187735066?accountid=37408>

Urcola, J. y Urcola, N. (2015). *Manual práctico de comunicación empresarial*. Erik.

Zimmerman, H. y Uribe, J. (2018). *Psicología organizacional en Latinoamérica*. Editorial El Manual Moderno.

IX. ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
<p>¿Cuál es la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022?</p>	<p>Hi: Existe una relación positiva entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.</p> <p>Ho: No existe una relación positiva entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.</p>	<p><u>Objetivo general</u> Determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022. b) Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso continuo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022. c) Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores de un restaurante en Chiclayo – 2022. 	<p><u>Diseño de contrastación</u> De acuerdo a la orientación o finalidad de la investigación fue básica, y de acuerdo a la técnica de contrastación fue no experimental, correlacional.</p> <p><u>Estrategia metodológica</u> Se encuestó a los colaboradores de un restaurante - Chiclayo, según el cuestionario que se adaptó, en el ambiente de trabajo (restaurante).</p> <p><u>Técnica</u> Encuesta</p>

ANEXO 2

CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Seleccione la opción que mejor describa la situación, se requiere de su opinión. Marque con una (x)

1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4=Casi siempre 5= Siempre

ITEM	PREGUNTA	1	2	3	4	5
Comunicación Descendente						
1	Recibe inducción diaria para el cumplimiento de sus labores en la empresa de restaurante donde labora.					
2	Los líderes establecen y publican procedimientos administrativos a cumplir por todo el personal.					
3	Recibe orientación y apoyo ante actividades que requiere mayor esfuerzo.					
Comunicación Ascendente						
4	Ante las dificultades que se presente en las actividades a su cargo está establecido informar a su líder inmediato.					
5	El líder inmediato escucha y atiende las sugerencias de los colaboradores.					
6	Cumple con notificar las quejas al líder de turno.					
Comunicación Horizontal						
7	Busca soluciones inmediatas y eficaces frente a los conflictos que se producen en la empresa.					
8	Se comunica con otras áreas para mejorar la confianza.					
9	Percibe trabajo en equipo en los colaboradores de las diferentes áreas de la empresa.					
Compromiso afectivo						
10	Se adapta satisfactoriamente a los cambios que se producen en la empresa.					
11	Manifiesta iniciativa de forma proactiva ante una situación inoportuna dentro del restaurante.					
12	Colabora con entusiasmo en los encargos que le asignan en la empresa.					
Compromiso Normativo						
13	Se siente comprometido con los objetivos de la empresa.					
14	Coopera con el logro de la misión de la empresa.					
15	Contribuye con sus colegas aportando a su desarrollo de acuerdo a su experiencia y conocimiento.					
Compromiso Continuo						
16	Cumple con responsabilidad las tareas asignadas por la empresa.					
17	Demuestra actitud cooperativa y de compromiso en la empresa.					
18	Permanece en la organización más tiempo cuando siente que la empresa lo necesita.					

ANEXO 3

Ficha Técnica

Ficha Técnica	
Nombre	Cuestionario de comunicación interna y compromiso organizacional
Autor	Luis Calero y Diana Quito
Año	2020
Adaptación	Gina Inga (2022)
Lugar de Origen	Perú
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar los niveles de comunicación interna y sus tres dimensiones (ascendente, horizontal y efectivo). • Evaluar los niveles de compromiso organizacional y sus tres dimensiones (compromiso afectivo, compromiso normativo, compromiso de continuación).
Duración	15 a 25 minutos
Aplicación	Individual o colectiva

Baremos

Variable	Dimensión	# Indicadores	Niveles		
			Bajo	Medio	Alto
Comunicación Interna	Comunicación Descendente	3	3-6	7-11	12-15
	Comunicación Ascendente	3	3-6	7-11	12-15
	Comunicación Horizontal	3	3-6	7-11	12-15
Compromiso Organizacional	Compromiso Afectivo	3	3-6	7-11	12-15
	Compromiso Normativo	3	3-6	7-11	12-15
	Compromiso De Continuación	3	3-6	7-11	12-15
Comunicación Interna		9	9-20	21-33	34-45
Compromiso Organizacional		9	9-20	21-33	34-45

ANEXO 4

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación descendente	,171	40	,005	,912	40	,004
Comunicación ascendente	,157	40	,015	,895	40	,001
Comunicación horizontal	,160	40	,011	,923	40	,010
Comunicación interna	,104	40	,200*	,947	40	,061
Compromiso afectivo	,145	40	,034	,910	40	,004
Compromiso normativo	,176	40	,003	,862	40	,000
Compromiso de actuación	,175	40	,004	,826	40	,000
Compromiso organizacional	,128	40	,098	,914	40	,005

Nota. Esto es un límite inferior de la significación verdadera. a. Corrección de significación de Lilliefors

ANEXO 5

Análisis de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Escala	Alfa de Cronbach	N de elementos
Cuestionario general	,934	18
Comunicación interna	,997	9
Compromiso organizacional	,905	9

Estadísticas de total de elemento

		Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Comunicación interna	ITEM1	72,0000	90,872	,438	,935
	ITEM2	71,7000	87,856	,640	,930
	ITEM3	71,7250	88,871	,590	,931
	ITEM4	71,1250	88,881	,630	,930
	ITEM5	71,5250	85,640	,791	,927
	ITEM6	71,5250	86,512	,661	,930
	ITEM7	71,2000	91,036	,608	,931
	ITEM8	71,1500	90,387	,653	,930
	ITEM9	71,6000	89,067	,661	,930
Compromiso organizacional	ITEM10	71,3250	89,969	,618	,931
	ITEM11	71,4000	89,169	,753	,928
	ITEM12	71,2250	86,948	,814	,927
	ITEM13	71,3500	86,900	,670	,930
	ITEM14	71,1750	89,071	,650	,930
	ITEM15	71,3750	87,830	,641	,930
	ITEM16	71,0250	90,692	,590	,931
	ITEM17	71,0000	89,231	,636	,930
	ITEM18	71,3500	90,387	,565	,932

ANEXO 6

Validación de Expertos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Ileana Hoyos Rodríguez con
DNI N° 42006062 con grado académico de: Mg. Psicología Educativa
desempeñándome como Jefe en Fidelización y Acompañamiento.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

El instrumento validado es: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional que consta de 18 ítems, con escala de Likert del 1 al 5, con el propósito de evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de un restaurante.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios a evaluar	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 28 días del mes de agosto del 2022

Grado académico: Mg. Psicología Educativa.
DNI : 42006062
Especialidad: Intervención en Trastornos de Aprendizaje.
E-mail : hoyosrodriguez@gmail.com.
Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Tito Adan Sánchez Medina con
DNI N° 7217 6057 con grado académico de: Mg. en Psicología Educativa
desempeñándome como Catedrático en Universidad Señor de
Sipán y Universidad Tecnológica del Perú

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

El instrumento validado es: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional que consta de 18 ítems, con escala de Likert del 1 al 5, con el propósito de evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de un restaurante.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios a evaluar	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 28 días del mes de agosto del 2022

Grado académico: Magister en Psicología Educativa
DNI : 7217 6057
Especialidad: Derechos del Niño y Adolescentes
E-mail : tsm 2608 @ gmail . com
Firma:



Mg. Tito A. Sánchez Medina

Ψ PSICÓLOGO
C.Ps.P. 47816

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Angie Miella Rivera Pauce con
DNI N° 44732346 con grado académico de: Mg. Psicología Educativa.
desempeñándome como Catedrática en Universidad Tecnológica del Perú

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

El instrumento validado es: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional que consta de 18 ítems, con escala de Likert del 1 al 5, con el propósito de evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de un restaurante.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios a evaluar	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 28 días del mes de agosto del 2022

Grado académico: Magister en Psicología Educativa
DNI : 44732346
Especialidad : -
E-mail : ps.angierivera@gmail.com
Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CARLA ANGELICA REYES REYES con grado académico de: doctora en Administración Pública y Gobernabilidad desempeñándome como docente de la escuela de Administración en la Universidad Señor de Sipán

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

El instrumento validado es: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional que consta de 18 ítems, con escala de Likert del 1 al 5, con el propósito de evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de un restaurante.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios a evaluar	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad			X		
7. Consistencia			X		
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 28 días del mes de agosto del 2022.

Grado académico : Dra. Gestión Pública y Gobernabilidad
DNI : 17435695
Especialidad : Gestión Pública
E-mail : reyesca@uss.edu.pe
Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Martin Alexander Ríos Cubas.....con
DNI N° 45220005..... con grado académico de: Magister.....
desempeñándome como Docente Tiempo Completo en La Escuela de Contabilidad

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

El instrumento validado es: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional que consta de 18 ítems, con escala de Likert del 1 al 5, con el propósito de evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de un restaurante.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios a evaluar	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 28 días del mes de agosto del 2022

Grado académico: Magister en Gestión Pública
DNI : 45220005
Especialidad :
E-mail : martin.rios.cubos@gmail.com
Firma: 

Mg. C.P.C. Martín A. Ríos Cubas
MAT. N° 04-3305

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MEOGO NUÑEZ ONESIMO, con DNI N° 16451057, con grado académico de: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN, desempeñándome como DOCENTE A TIEMPO COMPLETO, en ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

El instrumento validado es: Cuestionario de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional que consta de 18 ítems, con escala de Likert del 1 al 5, con el propósito de evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de un restaurante.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios a evaluar	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad			X		
7. Consistencia			X		
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 28 días del mes de agosto del 2022.

Grado académico: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN
DNI : 16451057
Especialidad : ADMINISTRACIÓN
E-mail : megoonesimo@uss.edu.pe
Firma:


UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN S.A.C.
Escuela Profesional de Administración
Dr. Onesimo Mego Nuñez
Licenciado en Administración
C.I.A.O. N° 02046